

# Resúmenes de Tesis de la Maestría en Gestión del Diseño y la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo 2018-2019

Organizados por orden histórico de egreso

## 160. Andronowicz, Nicolás

(Diseñador de Imagen y Sonido / Universidad de Palermo / Argentina)

*El diseño audiovisual de las máquinas tragamonedas en los casinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.* Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2018)

### Introducción

Tragamonedas. Más de 4.600 máquinas de última generación, todas con el sistema de pago “Ticket In - Ticket Out”. La mayor variedad en juegos, y denominaciones que van desde \$0,01 hasta \$10. Los progresivos más novedosos: Hot Shot®, Jackpot Party®, Star Wars® entre otros y Wheel of Fortune®, Cleopatra® que actualmente ofrece el pozo más grande de Latinoamérica (2016, s.p., Hipódromo Argentino de Palermo).

En la actualidad las máquinas tragamonedas representan la mayor fuente de ingreso de la gran mayoría de los casinos del mundo, y, a través de los años, las máquinas fueron cubriendo una mayor parte del espacio de los casinos (Dow Schüll, 2012; Markham y Young, 2014) hasta llegar a tener casinos sin juegos de mesa de felpa verde (juegos de azar tradicionales que cuentan con un *dealer* o crupier). El Casino del Hipódromo Argentino de Palermo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un gran ejemplo de este fenómeno. Según varios autores, hay docenas de razones del éxito del juego de tragamonedas, pero se destacan entre ellas la escasez de decisiones y estrategias que demandan del jugador; y la facilidad de generar un proceso disociativo en el jugador (Gonzales, Cabrera y Gutiérrez, 2007; Villoria, Gonzales y Martinez, 2006; Dow Schüll, 2012). Si bien es cierto que hay razones diferentes de atracción para cada uno de los jugadores, hay una realidad la cual se ha analizado poco: el juego de tragamonedas está en constante cambio, tanto en avances tecnológicos, en diseño industrial, en su *game design*, en el diseño audiovisual, entre otros. Lo antedicho hace muy efectiva y precisa a la máquina tragamonedas para atraer nuevos jugadores, como también para intensificar el juego continuo y repetitivo.

La máquina tragamonedas es un dispositivo de juego de azar que se ha originado desde un juego mecánico de tres rodillos y pagos estadísticamente simples, hasta convertirse en un conjunto complejo de sistemas digitales de diferentes juegos y pagos, eventos especiales e interfaces digitales y táctiles. Estas están sobrecargadas de animaciones y sonido envolventes, entre muchas otras ofertas de experiencia (Dow Schüll, 2012; Pérez y Bedoya, 2007).

Es por ello que, la gran oferta tecnológica de las máquinas tragamonedas abrió oportunidades a las disciplinas del diseño (particularmente audiovisual y de videojuegos) para experimentar, desarrollar e implementar con el juego de tragamonedas.

El juego –propriadamente dicho– de tragamonedas es, en su esencia, casi idéntico en todos los casos (es decir, entre todas las diferentes máquinas disponibles para jugar): alinear un número de símbolos, o figuras, en una línea imaginaria para ejecutar, o no, un determinado pago al jugador, en forma de créditos. De una manera contradictoria, el diseño de videojuegos involucrado en la máquina tragamonedas tiene el rol de hacer más interactivo y entretenido al juego, utilizando así eventos *bonus* o especiales, *near misses*, entre otras cosas. Este rol crear variaciones en el juego para que no se vuelva poco atractivo o repetitivo (Dow Schüll, 2012; Gonzáles Tardón, 2014). No obstante, estas operaciones del diseño de videojuegos no modifican, realmente, las reglas del juego, sus desafíos y dificultad, ni tampoco cómo ella entrega los premios.

Esta investigación desarrolla y busca expandir el conocimiento sobre la función que ejerce del diseño audiovisual, siendo ésta la disciplina que tiene mayor libertad creativa en el juego de las máquinas tragamonedas, utilizando así herramientas del diseño visual, del diseño sonoro, la cinematografía, y hasta la psicología para hacer del juego de tragamonedas lo más encantador (en el sentido de encantamiento estético) o atrapante posible. (Dow Schüll, 2012; Griffiths y Parke, 2006; Dixon, Harrigan, Santesso, Graydon, Fugelsang y Collins, 2013; Spenwyn, Barret y Griffiths, 2010; Roffé y Blanca, 2016). En un primer término, esto implica que el diseño audiovisual trabaja sobre la iconografía, sus animaciones, los sonidos y la música, como así también sobre contrastes, colores y sus diferentes formas, hasta, por ejemplo, la profundidad de los elementos (en aquellas máquinas 3D) con el objetivo de aumentar y mantener la excitación (arousal) del jugador durante la propia sesión de juego; y, en segundo lugar, atraer jugadores nuevos u ocasionales utilizando elementos vigentes en la cultura para aludir al pensamiento mágico, al fenómeno de familiaridad u otros detonantes de deseo para que el jugador se identifique con la máquina e incite su *emotional passion to gamble* (del inglés, pasión emocional a apostar) (Dow Schüll, 2012; Griffiths y Parke, 2006; Villoria, Gonzáles Marqués y Martínez-Arias, 2006; Sánchez Vergara, 2007).

Ahora bien, considerando que los jugadores están expuestos de forma constante a dichas máquinas tragamonedas y a sus cientos de diferentes pero similares diseños, su proceso de selección y atracción hacia cada una de ellas emerge un número de interrogantes. Se deduce que esta atracción y selección es determinada por el diseño audiovisual en ella y la identificación del jugador con la máquina y el juego implicado.

Claro que es evidente que hay muchos matices y variables para analizar el fenómeno del juego de tragamonedas y de la máquina en sí. Es por ello que esta tesis se centrará específicamente en el diseño audiovisual de la misma, de donde surgen interrogantes como ¿Por qué hay tantas diferentes ofertas de diseño audiovisual de máquinas tragamonedas?, ¿Cómo afecta el diseño audiovisual a la experiencia de juego de tragamonedas?, ¿Cómo es utilizado el diseño audiovisual para atraer nuevos jugadores?, ¿Cómo funciona el diseño audiovisual para mantener a los jugadores entretenidos y atrapados por el juego de tragamonedas? y ¿Qué vinculación hay entre los elementos visuales y sonoros en el diseño audiovisual de las diferentes máquinas?

En resumen, entre tantas interrogantes planteadas, deriva la pregunta principal, la cual se constituye como columna vertebral de la investigación: ¿Qué función cumplen las diferentes ofertas de diseño audiovisual implementado en las máquinas tragamonedas de los casinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

Asimismo, el objetivo general se desarrollará sobre la pregunta de investigación, analizando la función que cumplen las diferentes ofertas de diseño audiovisual implementado en las máquinas tragamonedas en los casinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Luego, el objetivo general se desglosa en cuatro objetivos específicos: En primer lugar se periodiza la historia de la máquina tragamonedas y el diseño audiovisual en referencia a las funciones que lo originaron. En segundo lugar, se analizan los elementos visuales, sonoros y de animación utilizados en las máquinas tragamonedas; en tercer lugar, se indaga la presencia de elementos de la cultura norteamericana y oriental en el diseño audiovisual de las máquinas tragamonedas; y por último, se analiza la relación que hay entre referencias y simbologías de la superstición y la cultura de masas, vinculado al diseño audiovisual de las máquinas tragamonedas.

En lo que respecta a los objetivos propuestos y para poder llevarlos a cabo, y dar respuesta a los interrogantes de forma correcta, se eligió un corpus teórico referenciado en tres disciplinas: diseño audiovisual, game design, y antropología sociocultural. Resulta pertinente aclarar que hay una presencia recurrente de la psicología en varios aspectos de la investigación debido a la naturaleza del objeto de estudio y al sujeto involucrado. De todos modos, la búsqueda de esta investigación es casi exclusiva sobre el diseño audiovisual y para el game design en segundo lugar.

Entonces, en un primer eje, referido a la antropología sociocultural, se retoman autores como Dow Schüll (2012), Blanca y Jiménez Murcia (2016), García Canclini (2004), Héctor Samour (2006), Tomlinson (2001) y Eco (2011). Este eje se enfoca en numerosas perspectivas que provienen de distintos lugares y campos disciplinares. En cuanto a Dow Schüll (2012), por su parte, discute de forma minuciosa todo el fenómeno de la máquina tragamonedas, haciendo un énfasis particular en la antropología cultural.

Su trabajo recorre desde el diseño arquitectónico y el interiorismo de los casinos, hacia la historia de la máquina tragamonedas en su parte técnica y tecnológica, llegando hasta un análisis de propuestas para tratar el juego compulsivo. Razón por la cual su investigación dispone de un contexto teórico sumamente útil para analizar la dinámica existente entre el jugador y la máquina.

Desde una perspectiva próxima a la psicología, las autoras Blanca y Jiménez Murcia (2016) recopilan un gran número de artículos, investigaciones y casos clínicos sobre ludopatía. Varios de los artículos recopilados por las autoras presentan conceptos desde la antropología cultural y la sociología que son desarrollados para un contexto del juego de azar y la psicología. El trabajo de las autoras provee de un margen para separar entre el juego casual y el juego compulsivo, como así también muchas bases en términos de género y edad sobre el juego, lo que conlleva a que sean factores muy influyentes en las máquinas tragamonedas, donde se destaca un particular perfil sociodemográfico.

Resulta adecuado mencionar que el perfil de jugador determinado para el análisis de la presente investigación es de índole casual, ya que el jugador compulsivo presenta otro tipo

de comportamientos, pasiones y deseos que se apartan significativamente de la disciplina del diseño, razón por la cual se proceden a dejar fuera del recorte.

El trabajo de Blanca y Jiménez Murcia (2016) coincide en varios aspectos con las investigaciones de Pérez y Bedoya (2007), Brieva (2006), Villoria, Gonzáles-Marqués y Martínez-Arias (2006) que se detallarán más adelante en la investigación. En términos más generales, los temas abordados por García Canclini (2004), Tomlinson (2001) y Eco (2011) presentan un marco del estudio de cultura e identidad; como así también algunas diferenciaciones con elementos socioculturales, en un contexto latinoamericano. En este caso, como en el de Samour (2006), Castro Lugo (2015) y De La Torre (2006), se discuten conceptos de globalización e hibridación cultural que son fundamentales para entender un fenómeno que está muy instaurado en la actualidad.

Desde la disciplina del game design, se trabaja principalmente desde el concepto de gamificación (del inglés *gamefication*), donde Gonzáles Tardón (2014) sostiene que es un método de diseño de videojuegos basado en la adaptación de tareas repetitivas o insulsas hacia un modo más interactivo, atractivo e innovador. En esa perspectiva concuerda con la discusión de Dow Schüll (2012) en referencia al momento en que las máquinas tragamonedas cambian de un modelo mecánico hacia uno digital, incorporando así computadoras al juego.

En la misma línea, se puede decir que las investigaciones y trabajos de Gonzales, Cabrera y Gutiérrez (2007), Enriz (2011), Acevedo Tamayo (2013), discuten diferentes perspectivas del diseño de juegos y videojuegos, tanto desde un enfoque de la psicología, pedagogía y las ciencias informáticas, y cada uno busca una diferente aplicación a los videojuegos.

Ahora bien, para el diseño audiovisual, se centró el eje en un principio con Aumont (2013), Collins (2008), Chalkho (2008) y Sáenz Valiente (2011) donde se describe de forma técnica y precisa, todas las matices de la imagen, tanto estática como en movimiento, la percepción visual, colores, y demás terminología básica para la discusión visual (2013). En este sentido, acompaña Villafaña Gómez (2007) con una mirada más cercana al diseño en general. También, Collins (2008) y Chalkho (2008) centran el enfoque sobre el diseño sonoro y su relación con el cine y la construcción del sentido (Chalkho, 2008) y su vinculación con los videojuegos y la interacción (Collins, 2008).

Asimismo, los autores Griffiths y Parke (2006), Spewyn, Barret y Griffiths (2010) y Dixon, Harrigan, Santesso, Graydon, Fugelsang y Collins (2013), discuten en paralelo muchas variables del diseño visual y sonoro, particularmente en las máquinas tragamonedas y como éste afectan al jugador. Por último, Sáenz Valiente (2011) hace un abordaje práctico y visual sobre las diferentes técnicas y herramientas de animación tanto clásica y digital para poder enmarcar los conceptos necesarios en el apartado de *motion design*.

Considerando lo propuesto anteriormente, esta tesis realiza un recorrido teórico y conceptual desde diferentes disciplinas en un objeto de estudio que ha sido poco teorizado y estudiado en su función comunicacional y estética, desde lo visual y lo sonoro. Por lo tanto, esta tesis se diagramó en cuatro capítulos que se inscriben conceptualmente uno dentro del otro en el orden dispuesto. El primer capítulo introduce al objeto de estudio y presenta un estado del arte de contexto histórico y fundamental del juego de tragamonedas; luego diagrama un recorrido breve sobre los elementos y la dinámica de juego; y, por último, expone nociones sobre los casinos y cómo ellos afectan a la máquina tragamonedas.

En lo que respecta al segundo capítulo, se abordan la mayoría de los conceptos de la antropología sociocultural y algunos de la psicología, como pueden ser el pensamiento mágico, las motivaciones de juego y la ludopatía, todos ellos con el fin de comprender ciertas actitudes del sujeto en su rol como jugador y cómo el diseño se aprovecha de ellas. En el capítulo también se introducen conceptos de género y tercera edad vinculándolo con el juego de azar y las consideraciones socioeconómicas involucradas; Asimismo, se discuten conceptos de cultura de masas y cultura popular (como industrias culturales) y su relación bajo la globalización.

En cuanto al tercer capítulo, se introducen los elementos que componen el diseño audio-visual de la máquina tragamonedas, tanto en su tricotomía diseño visual, diseño sonoro y motion design. Se hace una breve contextualización del funcionamiento, terminología y propósito de los efectos visuales y de efectos sonoro. Asimismo, se discuten los diferentes efectos y estímulos que provocan cada una de las herramientas visuales, sonoras y de animación que presentan las máquinas tragamonedas.

Paralelamente, y con cada apartado del capítulo, se desarrolla gran parte del análisis del objeto de estudio en sus diferentes criterios de observación; y, de esta forma, se responden y corroboran gran parte de la interrogantes propuestas anteriormente.

En el cuarto y último capítulo, se desarrolla el planteo metodológico utilizado en la presente tesis para llevarla a cabo. Por un lado, se presenta las unidades de análisis del objeto de estudio y las diferentes técnicas metodológicas utilizadas; y por el otro lado, se desarrolla las conclusiones de las técnicas corroborando y respondiendo las interrogantes (y así pues cumpliendo los objetivos específicos) determinadas por los ejes temáticos trabajados en los capítulos previos.

En términos metodológicos, y puesto que para la finalidad de la presente investigación se hace imprescindible la realización de un recorte espacial enfocado en Argentina, en ambos casinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, los cuales son: el Casino del Hipódromo de Palermo y el Casino Flotante de Puerto Madero. Asimismo, no se determinó un recorte temporal para la investigación, ya que el mismo se realiza con la muestra del objeto de estudio. Sin embargo, el transcurso del desarrollo de la investigación determina un marco de recorte temporal: años 2016 y 2017.

Paralelamente, se presenta un segundo recorte centrado específicamente en las máquinas tragamonedas (selección de muestra dentro del universo de estudio) detallado con mayor especificación en el desarrollo metodológico. Brevemente, el recorte de la muestra del objeto de estudio es de un criterio tecnológico: Máquinas Tragamonedas con paneles de pantalla curva de gran tamaño y pantalla planas (de tamaños de 42 pulgadas) y pantalla con tecnología True3D® del fabricante International Gaming Technologies (IGT, 2017) –este nivel de recorte representa los modelos de última generación de máquinas tragamonedas disponibles en los casinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Asimismo, se excluyen máquinas con rodillos mecánicos, pantallas de tubo de rayos catódicos (CRT), dobles pantallas estándar de menos de 32 pulgadas, pantalla simple, máquinas sin juegos bonus y las máquinas tragamonedas donde los juegos sean re-diseños o re-adaptaciones del clásico juego de tragamonedas (Triple BAR, 777, Liberty Bell, etc). El resultado del recorte es un enfoque de análisis en un número total de catorce diferentes juegos de máquinas tragamonedas.

Con el objetivo de concluir la presente introducción, se desea remarcar el aporte de esta tesis al campo disciplinar en discusión. En primer lugar, hay muy pocos estudios e investigaciones en Latinoamérica sobre el juego de azar por sí mismo, y menos aún sobre las máquinas tragamonedas, que no sean referidos al campo de la psicología. Es por ello que cualquier trabajo sobre este objeto de estudio, siendo desde el diseño, la antropología o la sociología incorporará conocimientos y reflexiones significativas para las disciplinas y el campo.

Al mismo tiempo, haciendo referencia al diseño audiovisual, la mayoría de las investigaciones y ensayos tienen particular interés sobre el diseño sonoro y visual en el cine y los videojuegos, pero desde una mirada ya muy explorada. Las peculiaridades del juego de tragamonedas hacen que el análisis del diseño audiovisual de la misma tenga implicación e impacto en el jugador, los casinos y sobre la cultura en general. En otras palabras, esta tesis aporta conocimientos de un uso novedoso y específico del diseño audiovisual en términos de invocar herramientas como el condicionamiento operante, la manipulación, la excitación y la estimulación; como también para crear condiciones favorables para inducir el pensamiento mágico y el proceso disociativo en el jugador.

### **161. Álvarez Zuñiga, Aarón Jaime**

(Licenciado en Arte y Diseño Gráfico / Universidad San Ignacio de Loyola / Perú)

*Las campañas publicitarias de Inca Kola de 1985, 1999 y 2014: un análisis de los spots publicitarios como reflejo de identidad nacional peruana.* Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2018)

#### **Introducción**

Uno de los recursos más frecuentes dentro de las campañas publicitarias peruanas es el de la identidad nacional. En este documento se abordará específicamente el caso de la marca de bebida gaseosa Inca Kola, la cual mediante este tipo de recursos lleva al espectador a consumir el producto.

Smith (1997) señala que la identidad nacional se caracteriza por encerrar rasgos históricos, territoriales y culturales dentro de una sola imagen; se considera, de este modo, la principal forma de identificación colectiva. A su vez, Anderson (1983) señala que dentro de una nación los miembros tienen un sentimiento de pertenencia y de comunión entre ellos, a pesar de no conocer a la mayoría de los integrantes; es por ello que el autor describe el concepto de “nación” como el de una comunidad política imaginada.

La presencia de mensajes alusivos a la identidad nacional en el Perú empezó a hacerse notoria a mediados de los años noventa cuando, luego de afrontar los problemas de inestabilidad económica y del terrorismo a manos del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) y Sendero Luminoso, el país entró en una etapa de revalorización por el producto nacional.

Esto llevó la promoción de valores y de aspectos nacionales a una escala mayor. Así, diversas marcas empezaron a sumarse a esta forma de movimiento identitario, entre ellas, Inca